

4. Уточнить функционал:

- права и обязанности персонала;
- четко прописать должностные инструкции сотрудников;
- привести в соответствии с ними режим труда, ограничить нерентабельную свободу на работе;
- Прописать основные бизнес-алгоритмы. Например, правила работы с корпоративными клиентами (корпоративные сценарии продаж, алгоритмы переговоров по телефону и визави, и т.п.)

5. Организовать свободный информационный обмен с сотрудниками разных отделов (например, склад/транспортный отдел и офис).

6. Создать условия для профессионального развития сотрудников.

7. Организовать для всех сотрудников возможность прохождения курсов маркетинга, основ финансов и техники продаж.

8. Планово и регулярно проводить неформальные мероприятия, способствующие укреплению корпоративной культуры и сближению жизненных ценностей персонала и директора компании.

Мы считаем, что данная работа, проведенная нами на хоздоговорной основе, — это не только хорошая практика в области управленческого консалтинга, но и залог нашего успешного будущего в профессиональной деятельности.

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ И ИНТЕРНЕТ.

Евстропов И.А.,

Студент УрФУ; г. Екатеринбург:

Хрущёв О.В.,

Соискатель ученой степени кандидата социологических наук,

ИКЖ УГЛТУ; г. Екатеринбург.

Термин «качество жизни» в настоящее время достаточно широко используется на Западе и в нашей стране философами и социологами. При использовании этого термина, прежде всего, имеют ввиду качественную сторону условий жизни — качество здоровья, условий жизни, жилищных

условий, питания, уровень комфорта, ощущение счастья и любви, удовлетворенность работой, социальными коммуникациями, и т.п.

Однако вопросы, касающиеся взаимосвязи Интернета и качества жизни довольно скромно обсуждаются в научной литературе.

Вместе с тем, достаточно широко обсуждаются вопросы коммерческого использования Интернета, что в значительной степени связано с появлением и развитием службы World Wide Web, насчитывающей менее трёх десятилетий. Однако за этот небольшой промежуток времени произошло громаднейшее число самых разнообразных событий, рождение большого числа новых компаний. Обороты рынка электронной коммерции за это время выросли во много раз и скоро достигнут отметки в трлн. \$.

Этот период зарождения электронного бизнеса выявил два важных момента. Во-первых, Интернет доказал свою высокую эффективность, как средства коммуникации, и высокий потенциал построенного на его основе глобального электронного рынка. Во-вторых, опыт компаний, либо пытающихся использовать Интернет, как дополнение своего традиционного (off-line) бизнеса, либо изначально построивших свой бизнес в Интернете, подтвердил важность и необходимость учета и использования всего существующего опыта по ведению коммерческой деятельности и использованию принципов маркетинга в своей деятельности.

Однако, несмотря на бурное развитие в нашей стране интерактивных средств взаимодействия и стремление бизнеса соответствовать западным стандартам, сформировать новое мышление достаточно сложно. Предстоит еще долгий процесс интеграции и развития, который зачастую идет без теоретической проработки, методом проб и ошибок. Особенно сильно это проявляется в сегменте B2C: Интернет-магазины открываются и так же успешно закрываются десятками и обусловлено это не только неготовностью потребителей пользоваться услугами виртуальных торговцев, но и неумением компаний правильно строить бизнес в Сети.

Проекты e-commerce сейчас приносят ощутимую прибыль только если они локализованы в Москве или Санкт-Петербурге, выбрана узкая товарная ниша (при этом, это должен быть достаточно дорогой товар), товар может быть легко приобретен "не глядя", например компьютеры, мобильные телефоны, имеется действующая в реальном бизнесе инфраструктура. И если последние критерии действительно имеют место, учитывая специфику on-line торговли, то территориальная привязка должна и будет со временем ликвидирована. Потенциал розничной электронной торговли очень высок, это огромная ниша, освоение которой сейчас только начинается и будущее здесь в большей степени за средним и малым бизнесом, поскольку на этом рынке важнее скорее четкая организация и инновационные идеи, нежели большая ресурсная база. При этом главное – досконально продумать все детали будущей деятельности, увидеть как все должно работать и, безусловно, рассчитать все, что поддается расчету. Причем интерес представляет не только выбор рыночной ниши и варианта реализации магазина, но и оценка экономической эффективности проекта. Такая оценка позволяет изначально определиться с размерами инвестиций и не вкладывать лишние деньги, которые впоследствии не принесут прибыли.

Возвращаясь к взаимосвязи качества жизни и Интернета, хотелось бы отметить следующее. Недавно московский интернет-провайдер и оператор цифрового ТВ ОнЛайм при помощи института маркетинговых исследований ГФК-Русь провёл исследование¹ восприятия новых возможностей Интернета как источника дохода и помощника в обучении. Исследование проводилось для того, чтобы выяснить какую роль играет Интернет в качестве жизни пользователей²: служит ли только развлечением или также помогает учиться и строить карьеру?

Как мы уже отмечали выше, в нашей стране, как и во всём мире, всё больше востребованы онлайн-торговля, дистанционное обучение и он-лайн трудоустройство. В целом по России около половины пользователей всемирной паутины (48%) отмечают положительное влияние Интернета на своё

¹ Михаил Суходаев. Интернет оказывает положительное влияние на качество жизни пользователей. 02.04.2012 12:09. // Источник: <http://www.hardnsoft.ru/default.asp?trID=239&artID=21864>

² В онлайн-анкетировании принимали участие активные пользователи Интернета от 18 до 45 лет, находящиеся в 7 федеральных округах России и г. Москве.

благополучие. При этом, в столице нашей Родины Москве этот показатель самый высокий – 57%. Важно, что респонденты используют Интернет в качестве бизнес-инструмента для дополнительного или основного заработка, а также и с целью «рациональной» экономии. Например, в Москве среди отметивших положительное влияние сети на их жизнь свыше трети (37%) активно используют Интернет для совершения выгодных покупок (по России этот показатель равен 27%). Что касается доходов и заработной платы, то 36% «работающих в сети» используют Интернет для продвижения своей продукции и услуг, 35% занимаются рекламой, а 21% играют на бирже и участвуют в онлайн-торгах.

Экономя средства, участники опроса используют Сеть для приобретения товаров и услуг по более низким ценам (86% среди всех экономящих с помощью Интернета) и для поиска бесплатного контента – программного обеспечения, музыки, книг (70%). Почти половина (42%) респондентов пользуются услугами сайтов-агрегаторов специальных предложений и купонов.

Выявлено, что для студентов Интернет ожидаемо стал незаменимым помощником в учебном процессе: явное большинство (88%) учащихся ищут в Сети информацию, релевантную тематике обучения, а 77% скачивают необходимые пособия, 50% респондентов использует учебные видео- и аудиоматериалы, готовые рефераты и курсовые.

Количество пессимистов очень мало – менее 1/10 (лишь 7%) опрошенных считают, что Интернет негативно сказался на их жизни, а треть (32%) из них стали совершать больше покупок онлайн и, таким образом, тратить больше денег. Примерно треть (28%) оказались жертвами мошеннических схем.

Проанализировав целевую аудиторию, эксперты пришли к выводу, что Интернет вошел в жизнь россиян в качестве полезного и во многом незаменимого экономического и информационного инструмента¹.

¹ Михаил Суходаев. Интернет оказывает положительное влияние на качество жизни пользователей. 02.04.2012 12:09. // Источник: <http://www.hardnsoft.ru/default.asp?trID=239&artID=21864>

Учитывая, что выше приведённые данные относятся и к УрФУ, мы выражаем свою солидарность с мнением экспертов и считаем, что Интернет оказывает в целом положительное влияние на качество жизни.

АУДИТ МАРКЕТИНГА И КАЧЕСТВО ЖИЗНИ.

Башурова М.С.,
Студентка гр. МР-512, РГППУ;
г. Екатеринбург.

Качество жизни — всеобъемлющее понятие, подразумевающее удовлетворённость человека совокупностью материальных и нематериальных благ. Вместе с тем, эти блага производят посредством согласования интересов производителя и потребителя товаров и услуг. Для того, чтобы согласование интересов сторон происходило в заданном направлении, необходимо проводить маркетинговый аудит.

Понятие «аудит», представляющее собой независимую оценку деятельности всего предприятия, отдельного процесса, проекта или продукта, часто и разнообразно используется в современной экономической науке. Чаще всего специалисты употребляют данный термин применительно к проверке бухгалтерской отчетности компаний. Но, кроме финансового аудита, в настоящее время достаточно распространены и другие направления данного вида исследований, в том числе — инвестиционный аудит, промышленный аудит, экологический аудит, аудит интеллектуальной собственности, организационно-управленческий и маркетинговый аудит.

В самом общем виде, аудит предприятия представляет собой деятельность, осуществляемую компетентным независимым лицом, которая заключается в сборе и оценке фактов, касающихся функционирования и положения данного экономического объекта. В зависимости от поставленных целей и задач, предметов и объектов оценки, а также ряда других критериев, выделяют различные виды аудита. Основные из них представлены в таблице 1.